

WILLIAM ÁNGEL SALAZAR P.

ALTA REDACCIÓN

Informes técnicos y
administrativos

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

**WILLIAM ÁNGEL
SALAZAR PULIDO**



Lingüista, economista, magíster en Comunicación Social, especialista en lenguaje y educación, profesor investigador del Departamento de Lingüística y Semiótica de la Pontificia Universidad Javeriana, coordinador del área de lenguaje, catedrático en las principales universidades del país, creador del programa "Los Lenguajes en el Aula". Autor de textos de alta redacción y pedagogía.

Correo electrónico
wilsalpu@yahoo.com

CORRECCIONES GENERALES

EXPRESIONES LATINAS

CARTAS COMERCIALES

BIBLIOGRAFÍA

Introducción

La comunicación escrita Presentación, imagen y eficiencia empresarial

La producción, aplicación y socialización del conocimiento se realizan a través del lenguaje humano en todas sus manifestaciones (escrito, verbal, signos, imagen, etc.); todas las artes y saberes, las ciencias y las tecnologías se hacen efectivas y dinámicas en la comunicación (lo invisible es inexistente), de modo que el lenguaje es la presentación y la imagen de toda empresa. En consecuencia, una cuidadosa comunicación debe identificar a la empresa tanto interna como externamente. La eficiencia, la calidad total y el nivel de profesionalidad se identifican en la forma como ella se manifiesta ante todos.

Las actividades empresariales se desarrollan a través de la comunicación oral y escrita; las relaciones económicas, sociales, publicitarias y laborales están supeditadas a estas formas de expresión. En tal sentido, las personas se reconocen no solo por su desempeño profesional —capacidad y conocimiento del área—, sino por una formación integral que posibilite un manejo del lenguaje transmisor de esas destrezas. En efecto, la interacción profesional se efectúa a través del lenguaje oral y escrito, lo cual exige el conocimiento de los principios y leyes de tales códigos para facilitar las necesidades comunicativas en pro de la excelencia y el control total de la calidad de la información.

La comunicación oral, por ejemplo, identifica el grado de conocimiento, la cultura y las habilidades, de ahí que el éxito sea propio de los profesionales que hacen uso de una comunicación clara, argumentativa, adecuada y eficaz. A su vez, resulta mucho más rentable la empresa que es representada por sujetos con altas competencias expresivas, pues tal desempeño afecta directamente la presentación y la imagen empresarial.

Sin embargo, tan importante como el lenguaje oral, es el lenguaje escrito. Si bien la oralidad proyecta, motiva y convence, es la palabra escrita la que identifica y concreta nuestra efectividad y prestigio. Más aún: en el mundo comercial, es el lenguaje escrito el único que existe y por lo tanto la imagen de la empresa se proyecta en las comunicaciones escritas. Las organizaciones que aprecian su alcance y se preocupan por mejorar sus competencias, agilizan sus procesos administrativos, aumentan la capacidad de su personal en general y formalizan una imagen de efectividad y excelencia empresarial. La razón es simple: quienes perfeccionan las habilidades en este último nivel de la comunicación, facilitan el empleo dinámico y efectivo de la lengua, estimulan la organización lógica y coherente del pensamiento y motivan la producción con precisión y calidad. Otra razón fundamental es que una gran parte de la actividad laboral está dedicada a escribir, lo cual exige a los profesionales la mayor competencia para construir discursos escritos que satisfagan sus necesidades comunicativas en cualquier ámbito. Así, pues, cuando se perfecciona la habilidad comunicativa escrita, se desarrolla a la par la capacidad crítica y autocorrectiva del desempeño profesional, pues éste se enmarca en la comunicación interna y externa, obligando a que la organización hoy

más que nunca incorpore personal eficiente, capaz de solucionar problemas administrativos con rapidez y precisión.

La imagen corporativa: dos polos

La imagen corporativa tiene dos polos que se hacen efectivos en la comunicación escrita: las relaciones internas y externas. En las internas es la comunicación escrita rápida y precisa la que agiliza los procesos, de modo que la importancia de la información oportuna y eficaz exige la ampliación de las competencias comunicativas de quienes participan en los complejos procesos de la gestión económica pública y privada.

La difusión de saberes altamente especializados entre investigadores y profesionales (redacción técnica, redacción de informes para toma de decisiones, informes de gerencia, correspondencia, memorandos, etc.), los obliga a perfeccionar su formación y capacidad en el uso del lenguaje escrito, para alcanzar la actualización y el dominio de nuevos contextos en el ejercicio de su profesión. La participación en un proceso de comunicación, de gestión empresarial y toma colectiva de decisiones, exige el conocimiento y dominio de habilidades de lenguaje propias de cada campo especializado para hacerlas entendibles (en las ciencias puras, por ejemplo).

Por otro lado, está la comunicación externa que se concreta en la relación entre los funcionarios y los usuarios. En primera instancia, esta relación contractual se elabora a través de un lenguaje jurídico escrito, de ahí que deba ser preciso. En segundo lugar, la publicidad, eje de la dinámica de servicio, se ejecuta a través de publicaciones,